

## 地域と大学との関係性構築に関する一考察 —“加茂ヒマワリスプロジェクト”の事例を通じて—

### Consideration on Relationship Construction with Region and University

—A Case Study of “KAMO-HIMAWARISU-PROJECT” —

伊 部 泰 弘  
Yasuhiro IBE

---

#### 1. はじめに

地域活性化が叫ばれて久しい今日において、今なお、「地域が活性化した」「地域が活性化している」と実感する人は少ないのではないかとそれは、経済的理由もあるであろうが、人々の心の幸福度や心の満足度が満たされていないからに他ならないのではないかとつまり、地域の人々同士が、お互いに心を通わせるコミュニケーションが出来ていないように思われる。

そこで、本研究は、心を通わせるコミュニケーションをどのように実践していけば、人々の心の幸福度や心の満足度を満たすことができるのかという視点で、地域と大学との関係性をどのように構築すれば良いのかを、筆者のゼミナールで実施している「加茂ヒマワリスプロジェクト」を通じて考察することを目的とする。特に、地域活性化のために、大学と学生はどのような役割を果たすべきか、また、地域とどのように関わって行けば良いのかについて提案を行う。具体的に、地域と筆者のゼミナールとのコラボレーションで展開しており、現在3年目（準備期間を含む）の取り組みである「加茂ヒマワリスプロジェクト」の内容を通じて考えてみたい。また、そのことを踏まえながら、地域と大学との関係性構築についての議論を展開していきたい。

#### 2. 地域と大学を取り巻く環境変化とその対応

地域と大学を取り巻く環境は、筆者が大学生であった約20年前と比較して、劇的に変化している。

まず、地域についてみると、少子高齢化に伴う生産人口の減少、女性の社会進出やニート・フリーターの増加による晩婚化、バブル経済崩壊以降のデフレ不況に伴う消費者の消費行動の変化など様々な変化が生じている。

本来、企業は、その変化を着実に捉え、ビジネスに展開していかないと生き残っていけないのであるが、それが出来ていないあるいは出来ない地方の中小・零細企業は、当然淘汰される現象が生じている。まさに、「シャッター通り商店街」や「中小・零細企業の連鎖倒産」は、そのことを如実に表している。

しかし、地方も変化の流れに全く手をこまねているわけではなく、コミュニティ・ビジネス（地域の問題を地域で解決することを目的に行われる様々なビジネス形態のこと）など新たなビジネス・チャンスと捉え、成功する企業が現れている。

また、地域の資源や観光をブランド化し、「地域ブランド」を構築し、地域産業を担う中心的企業も、地方の地域企業が生き残る術を、我々に提示している。

このように、地域を取り巻く環境の変化に迅速に対応し、消費者ニーズを的確に捉え、ビジネスとして展開出来ている企業は、成長し、そうでない企業は淘汰されるという二極化を生じさせているのである。

次に、大学の環境変化については、その変化における外的要因による特徴を挙げるとするなら、①18歳人口の減少、②大学設置数の増加、③大学・短大進学率の上昇が挙げられる<sup>1)</sup>。

まず、18歳人口については、文部科学省の調査によると、平成以降では平成4年度の205万人をピークに減少しており、平成24年度では119万人（推計）となっており、ピーク時の6割程度となっている。18歳人口については、平成32年度頃まで120万人前後であり、その後緩やかに減少していくものと予想されている<sup>2)</sup>。また、厚生労働省の人口動態統計（概数）によると、平成23年の出生数は、約105万人であるため<sup>3)</sup>、18年後の平成41年においては、平成32年度と比較しておおよそ15万人前後減少するものと予想できる<sup>4)</sup>。

次に、大学設置数の増加である。学校基本調査によると、平成24年度における大学数は783校であり、前年度より3校増加している<sup>5)</sup>。また、18歳人口ピーク時の平成4年度の523校と比較すると、1.5倍に膨れ上がっている。そのため、定員割れのする大学が、私立大学で45.8%（264校）にも上っている<sup>6)</sup>。つまり、大学は、学生を獲得するための競争が激化しているものと考えられる。

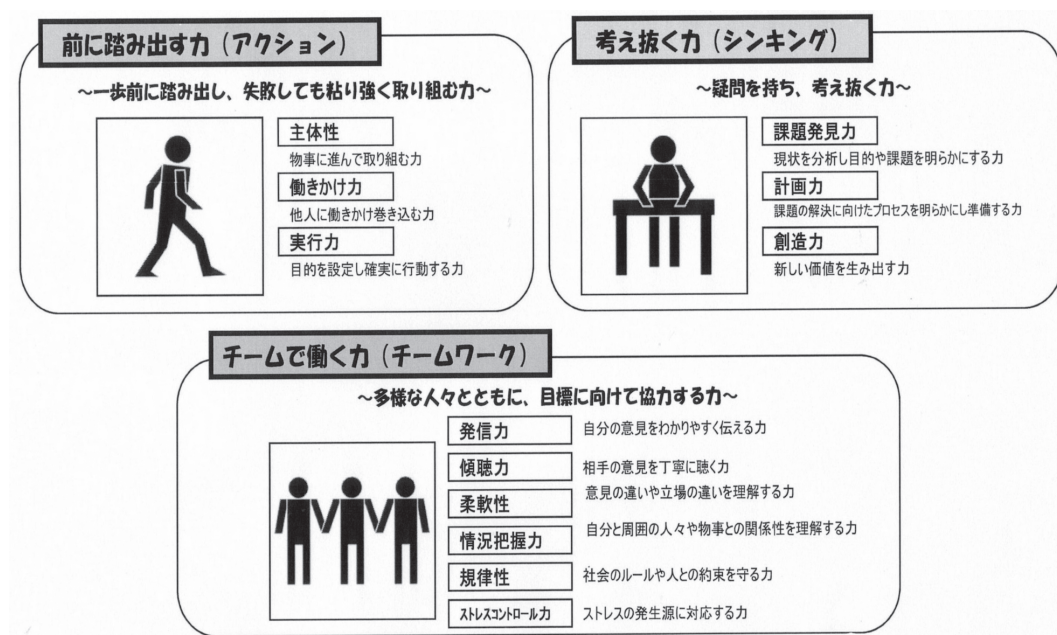
最後に、大学・短大進学率の上昇である。学校基本調査によると、平成23年度大学・短大進学率（現役）は53.6%であり、平成元年度が30.5%であったため、22年間で約23ポイントの上昇がみられている<sup>7)</sup>。つまり、18歳人口の5割以上が何らかの形で高等教育を受けており、改めて高等教育機関が果たす役割は大きく重要なものとなっている。

また、このような大学を取り巻く外的要因の変化に対して、大学は、「教育の質保証」の観点から、講義要項（シラバス）を作成し、教育内容の「見える化」を行うとともに、教育手法にも変化が見られてきている。

その1つが、マス・プロダクション（マスプロ）講義からの脱却である。つまり、座学中心で教員が学生に一方通行的に教えるやり方を改め始めている。その代わりの教育手法として利用されるようになった手法が、いわゆる実践型学習や課題解決型学習（学生自らが課題を見つけ出し、それをグループやチーム（組織）で解決する方法を模索したり提案する学習方法）を導入することである。そうすることで、社会に役立つ人材育成に貢献できると考えているのである。

また、そのような学習方法は、経済産業省が提唱する「社会人基礎力」の育成に役立つものと考えられる。社会人基礎力とは、経済産業省によると、「職場や地域社会で多様な人々とともに仕事をする上で必要な基礎的能力」<sup>8)</sup>を指しており、「学問で得られる専門知識やスキル以外に仕事で必

図表 1 社会人基礎力の 3つの能力・12 の能力要素



（出所）社会人基礎力とは [http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/kisoryoku\\_image.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/kisoryoku_image.pdf)（2012 年 11 月 13 日アクセス）より一部抜粋

要となる基本的な力のこと」である。また、社会人基礎力は、図表 1 に示したとおり、3つの能力と 12 の能力要素からなる。3つの能力とは、「前に踏み出す力」（アクション）、「考え抜く力」（シンキング）、「チームで働く力」（チームワーク）である。また、「前に踏み出す力」の要素には、主体性、働きかけ力、実行力の要素が、「考え抜く力」には、課題発見力、計画力、創造力の要素が、「チームで働く力」には、発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力の要素があり、計 12 の能力要素によって構成された項目の育成を目指したものとなっている。

つまり、「社会人基礎力」について地域の課題を発見し、それを解決する手法を考えていくことで育成していこうとする取り組みが大学（学生）にとっては必要不可欠であるといえる。

そこで、次章では、「加茂の活性化」という課題をまちづくりプロジェクトを通じて理解し、地域の方々とのコミュニケーションを通じて、解決策の模索・提案をしていくことで地域貢献と学生達の「社会人基礎力」を育成していこうといった考えのもと実践している取り組みである「加茂ヒマワリスプロジェクト」について考察する。

### 3. 地域と大学（学生）が取り組むまちづくりプロジェクト

#### — “加茂ヒマワリスプロジェクト”の考察 —

##### （1）“加茂ヒマワリスプロジェクト”の概要

本プロジェクトは、ある商店街店主の発案であり、準備期間を含め今年度で 3 年目を迎えた地域と大学（学生）との共同で実施している地域活性化を目指したまちづくりプロジェクトである。その

内容は、「ヒマワリを休耕農地や学校関係の施設等で栽培し、その種を加茂山公園内リス園で飼育されているリスの餌として有効利用してもらったり、加茂にちなんだ商品開発に活かしてもらうことを目標に『ヒマワリとリスと福祉の街』加茂をPRしようという試み」であり、ヒマワリとリスを掛け合わせたネーミングにすることで他の地域で行われている「ヒマワリ・プロジェクト」と一線を画した内容のプロジェクトである。

本プロジェクトの始まりは、2010年9月から2011年1月にかけて、筆者の3年生ゼミナールが中心となって行った、インターンシッププログラムである「加茂留学」の1つのプログラムとして行われたのが最初であった。そこでは、次年度以降、本プロジェクトを実施した場合の課題などを学生達が調査した。

2年目の2011年度は、ヒマワリの種を市民に配布したり、ヒマワリの種を畑に植えて、育成し、種を採るとともに、賛同者（育て人）の勧誘やプロジェクトの認知度の向上を目指し、ヒマワリや加茂の活性化についてのメッセージを集めることを中心に行った。

3年目の2012年度（今年度）の達成目標は、本プロジェクトの賛同者を得ること、ヒマワリの育成と種の収穫、商品企画の提案であった。

## （2）2012年度の“加茂ヒマワリスプロジェクト”の目標と実施内容

2012年度の本プロジェクトは、2年生の「演習Ⅰ」の授業の一環として行った。本プロジェクトに全く関わった事のない2年生のゼミナールで行い、10人（男性8名・女性2名）の受講者といった限られた人数であった。そのため、まず、学生達に対して、本プロジェクトへの認識を深めてもらうことからスタートした。

そこで、昨年度の報告書を受講者に配布し、本プロジェクトがどのように進められ、なぜ、本プロジェクトを行うのかその意義について、解説し、討論を行った。それは、学生達が、主体的に本プロジェクトに賛同し、自身で課題を見つけ出し、提案し、解決できる能力を養うと同時に、モチベーションを高めるため実施した。

図表2は、2012年度の本プロジェクトの概要である。中でも、主な活動を、今年度の達成目標に沿って考察する。

まず、「本プロジェクトの賛同者を得ること」の取り組みとして、5月に開催された加茂祭りでの種の配布活動を行った。これは、今年度の達成目標である本プロジェクトの賛同者を得るための機会として捉え、地域の方々が大勢集まるイベントでの活動を通じて、地域の方々に本プロジェクトを知ってもらうことはもとより、学生達が、本プロジェクトを「自分たちのこと」として認識してもらうとともに、地域の方々とのコミュニケーションを通じて、本地域にある課題を発見することが狙いであった。ヒマワリの植え方を書いたカードや「加茂ヒマワリスプロジェクト」の概要を書いたチラシを添えて、学生達で準備した5粒1袋の種、200袋を地域の方々に手渡しすることが任務であった。学生達も額に汗しながら、一生懸命配布を行った結果、2時間足らずで配布し終わった。学生達も自分達のプロジェクトを伝え、認知度を高めていく過程は、苦勞の連続であったが、



図表2 2012年度加茂ヒマワリプロジェクトの実施概要

月	活動内容	詳細
5月	加茂祭りでの種配り	祭りの参加者に5粒1袋の種200袋を配布
6月～9月	畑の整備・種蒔き	種蒔きの会を実施
	ヒマワリの育成	水やり、雑草除去、育成観察の実施
	種から油の抽出	人力を使つての油採取→少量の油抽出に成功
	テレビ局からの本プロジェクトに関する取材・放映	報道番組の特集コーナーで6分程度の番組内容で放映
10月	種の収穫祭	畑で育成したヒマワリから種の収穫を実施
	加茂福祉フェスティバル参加	種の配布、プロジェクトのPR活動、アンケート実施
	加茂まちづくり研究会での報告	これまでのプロジェクトの成果を地元の有志が集う「まちづくり研究会」で学生、関係者が報告し、プロジェクトのPRと課題を発見
11月	社会人基礎力育成グランプリ2013(関東地区予選大会)出場	本プロジェクトを社会人基礎力の視点で分析し、学生・関係者が概要と課題を報告
	大学祭にて模擬店(ひまわりカフェ)出店	本プロジェクトのPRと種配布、アンケート実施、ヒマワリの種を使った商品を販売
12月～2月	アンケート集計・総括	2012年度加茂ヒマワリスプロジェクト報告書を作成し、報告会を実施

(出所) 筆者作成

それぞれに達成感を持って会場を後に出来たようであった。

次に、「ヒマワリの育成」であるが、今年度は、昨年借りた畑以外にも地域に住む農園の経営者から無償提供をしていただいた畑の2つの畑を拠点とした。まず、種蒔きの会を実施し、テレビ取材や新聞などのマスメディアにも取り上げてもらった。その後、学生達主体で、水やりや生育調査を行い、1つの畑につき100以上の花を咲かせ、種を収穫した。種の収穫には、「秋の大収穫祭」と銘打ったイベントを実施し、当日は、新聞社の取材の方にも入って頂いた。ヒマワリの花をカットし、網で擦りながら種を1つ1つ採る方法で収穫した。

最後に、商品企画の提案であるが、ヒマワリの種そのものを使う場合と種から油を採る場合を想定し、学生達で議論を行った。前者については、意見としてクッキーや菓子といった食べ物が多く出され、自分達で製造するか、菓子店に相談して作ってもらうかなどの議論を行ったが、実際に、商品企画を持ち込み、商品化するまでには至らなかった。

後者については、学生達が、ホームページでの調査や知人からのアドバイスを受けて、実際に人の力だけでどれくらいの種からどのくらい油が取れるのか実験を行った。種を剥き、油分を取り出し、それをすり鉢ですりつぶし、ガーゼにくるんで手で絞るというまさに原始的な方法でヒマワリ油の抽出を試みた。しかし、抽出できた油は、少量であり、その油を利用して商品開発や火を燃やす油としての役割を果たせるものではなかった。しかし、学生達は、意外に冷静であり、「油を絞ることは可能である」「今後、様々な文献で調べたり、詳しい人に聞いてみて、さらに効率よく油を絞る方法を模索したい」「油を絞る機械を探してみたい」といった意見が出され、次回に繋げることができる大きな意義のある実験であった。

### (3) 社会人基礎力から捉えた学生達の成長

前述した社会人基礎力から本プロジェクトを通じて学生達がどのように成長したかを考察する。

まず、「前に踏み出す力」については、本プロジェクトを知ってもらうための広報活動やイベントの企画、実施など、本プロジェクトの活動を通じて「前に踏み出す力」が必要とされ、また、学生達が、本プロジェクトを経験することで「前に踏み出す力」が成長しているものと考えられる。

次に、「考え抜く力」については、学生達に、本プロジェクトを学生達1人1人がどのように捉え、何を、誰に対してなすべきかを考えさせた。その結果、今年度は、本プロジェクトの認知度の向上に向けて様々な活動を行う事に決め、活動計画を立てさせた。具体的には、学生達は、祭りなど多くの人が集まる場所で、プロジェクトの概要を書いた広告とヒマワリの種を配ることで宣伝を行った。次に、ヒマワリの種を配って満足するのではなく、収穫した種から油を採取しようと試み、機械を使うのではなく、学生達の手で採取する方法を調べ、挑戦し、油を採取した。このような取り組みから、学生達自身で考えさせる事を主眼に「考える力」が成長しているものと考えられる。

最後に、「チームで働く力」については、ゼミナール活動を広報班、チラシ班、文章班に分けて活動しており、グループ活動を通じて次回までに各自意見をまとめ、発表したり、班内で行ったことを報告し合い、状況を理解し合ったり、報告により次にどう進めるか話し合い、意見の違いを理解させた。また、ヒマワリ畑の水やりを班ごとで行い、手が足りない時には助け合わせるなどのことを通じてチームの要である「チームで働く力」が成長できたと考えられる。

また、このような社会人基礎力の育成には、本学の根幹を担う教育である「経営学」が随所に活かされていると思われる。一例を挙げると、本プロジェクトの活動には、PDCAサイクルを通じてのマネジメントスキルが磨かれている。活動の計画を立てる(Plan)、実行する(Do)、活動を評価する(Check)、新たな活動に取り組むため行動する(Action)といったマネジメントサイクルを実践する事で、学生達が理論と実践双方の教育効果を高める取り組みであったことを認識できたと考えられる。

### (4) 本プロジェクトに対する教員としての行動と学生達の評価

本プロジェクトの実施に当たり、筆者は、教員として、学生の主体性を尊重するため、意思決定を

学生達に任せ、今年度の活動を実行しやすいよう助言したり、支援することに徹した。さらに、学生達が意思決定したプランに対し、共に行動し、組織的にプロジェクトを運営できるように心掛けた。

学生達の評価は、本プロジェクトの理解度、取り組み意欲、活動に対する参画度と達成度から総合評価している。その根拠は、学生達の表情や言葉遣いなどから「やらされている感」ではなく「自らやっている感」を感じ取れるかで判断している。

特に、学生の主体性を重視した「課題解決型学習」においては、学生自身のモチベーションをどのように向上させ、学生1人1人が主体的に行動し、課題解決に取り組めるかが重要なポイントとなる。そのため、そのような視点で、筆者は、行動し、学生達を評価するよう努めることが何よりも重要であり、学生1人1人に筆者が「教える」のではなく「気付かせる」ことを中心に行動・評価することに徹する事で教育効果をさらに向上させるよう努めた。

## (5) 本プロジェクトの将来像（目標）と課題

本プロジェクトは、準備期間を入れて今年度で3年目のプロジェクトであるため、試行錯誤をしながら、取り組んでいるプロジェクトである。そのため、本プロジェクトの将来像を描き切れていないのが実情である。しかし、本プロジェクトの意義は、地域活性化にあるため、加茂地域を如何に活性化させるかを本プロジェクトを通じて考えていく必要がある。

加茂にとって地域活性化とはどうあるべきか、またどのような状態が「地域活性化した」といえるのかを真剣に本プロジェクトを通じて考えてみる必要がある。

本プロジェクトは、「加茂をヒマワリで元気（笑顔）にし、地域活性化に繋げる」ことを目標に行っており、以下5つの視点で地域活性化策を考えている<sup>9)</sup>。

1. 観光による活性化（夏に咲くヒマワリの畑や季節ごとの花を観光素材として活性化）
2. 食による活性化（食用としてのヒマワリの種やヒマワリ油を使った商品企画・開発を通じての活性化）
3. 地域内連携による活性化（幼稚園、保育園、小中高校、短大、大学などの教育機関や街づくり団体、市民が連携し、各々の得意分野を活かすことによる活性化）
4. 地域間連携による活性化（ヒマワリを育てている他の地域との広域交流、子供たちとの交流を通じての活性化）
5. 雇用創出、産業創出による活性化（観光産業や食品産業への参入による雇用創出や産業創出を伴った活性化）

このような5つの地域活性化策に基づき、本プロジェクトを実行することを通じて地域活性化への仕掛けや仕組みを作っていくことを大きな将来像（目標）と捉えていけるようにしたいと考えている。

しかし、このような大きな将来像（目標）は、短期的な課題の克服なしにはありえない。第1は、本プロジェクトの認知度を上げ、賛同者（育て人）を増やすことである。その解決には、メディア（特にテレビ・ラジオ・新聞・雑誌等）によるパブリシティの活用、ソーシャルメディアの効率的な利用

及び地道に足で稼ぐ広報活動を行っていく必要がある。今年度は、特に、テレビ番組での報道や新聞の取材をお願いすることで、かなり認知度を上げることに成功しており、今後も継続していきたい。しかし、Facebook や Twitter などのソーシャルメディアを活用した広報活動や足で稼ぐ広報活動は、人的及び時間的制約の中で、うまく実現する事が出来なかったのも、広報戦略として今後、活用していきたい。

第2は、商品企画・開発のアイデア出しである。特に、アイデアは、学生達だけでなく、本プロジェクト関係者や地域の方々からの聞き込みや調査が必要である。マーケティングの原則である「売れる物を作る」といった観点から、ヒマワリを材料に何が出来るのか真剣に考え、ビジネスとして展開させていきたいと考えている。

第3は、学生の持続的なモチベーション向上策である。これには、学生達に対しての明確な評価基準の設定、本プロジェクトの関係者が共有する「情熱」の提示、学生達への活動支援体制の充実などが必要となる。

そこで、このような課題を克服し、筆者は、「地域の発展なくして大学の発展はない」との認識で本プロジェクトに取り組みたいですと述べている。

## 4. 大学（学生）は、地域とどう関わって行けば良いのか？

### (1) 地域と大学との関係性構築手法

大学は、地域との関係性を如何に構築していけば良いのであろうか？これは、大学の設立背景と密接な関わりがある。大学は、言うまでもなく、高等教育機関であり、学生の教育がミッション（使命）となる。また、特に、地域の要請で設置された大学のミッションは、当然、その地域で暮らす学生に対し、地域に役立つ人材の育成に重点を置いた教育がなされなければならない。昨今言われている、「地学地就」（当該地域で学んだ学生がその地域で就職する）の考え方の必要性が問われているのである。

また、現代社会において、企業における社会的責任（CSR:Corporate Social Responsibility）が問われているように、大学も、特に当該地域の要請で設置された大学では、地域に対する大学としての社会的責任（USR:University Social Responsibility）や当該地域で学ぶ者として、地域に対する学生としての社会的責任（SSR:Student Social Responsibility）が問われなければならないと筆者は考えている<sup>10)</sup>。つまり、大学・学生の地域における社会的責任は、地域で育ててもらい、そのお返しを地域にしていくことに他ならない。

そこで、筆者は、地域貢献への大学・学生の取り組みとして、「加茂ヒマワリスプロジェクト」との出会いを膨らませていくことで大学・学生の社会的責任が果たせるのではないかと考え、本プロジェクトを実践している。

また、本プロジェクトを実践する理由の1つに、筆者の勤務する「新潟経営大学」の設立経緯が大いに関係している。本学は、1994年に県央地域の旧18市町村の要請により創設された大学であり、「公私協力方式大学」である。つまり、本学のミッションは、地域に役立つ人材育成であり、前



述した USR や SSR を考えていく必要を必然的に併せ持つ大学である。では、地域に役立つ人材とは、一体どのような人材なのであろうか？

その答えの 1 つには、地域のニーズに応えるつまり、地域の問題や課題に積極的に地域住民・大学・学生が一緒に関わって問題解決や解決のための提案をしていく人材の指すものと考えている。つまり、大学は、そのような人材育成の役割を担う高等教育機関であるといえる<sup>11)</sup>。

そこで、筆者は、地域と大学（学生）が関係性を密にし、より良い関係を構築していく手法の 1 つは、地域活性化に関するイベントやプロジェクトについて地域の方々が立場を越えて関わり、コミュニケーションしていくことであると考えている。つまり、具体例に置き換えるなら、「加茂の活性化」という課題を「加茂ヒマワリスプロジェクト」を通じて理解し、地域の方々とのコミュニケーションを通じて解決策の模索・提案をしていくことで課題解決の一助となり、地域貢献を果たすことに他ならないと考えている。

## （2）地域と大学との関係性構築における課題

大学が乱立している昨今において、各大学は、自身の存在意義を今一度見直す時期に来ている。つまり、各大学のレゾナードル（存在価値）は何であり、「誰に、何を、どのように提供するか」を明確に利害関係者に示していく必要がある。

そこで、特に、地方の大学は、地域との結び付きを強め、「地域になくてはならない大学」としてその存在感を地域に示していく必要がある。そのためには、地域住民と大学が共創できる「何か」を実践していく必要がある。それがまさに、地域活性化への取り組みであり、地域に対する大学の社会貢献活動に他ならない。

しかし、このような取り組みは「言うは易し、行うは難し」であり、本当の意味で地域と大学が良い関係性を構築出来ている所は数少ないと思われる。それは、互いの利害調整が出来ていないからであり、役割分担が不明確であるためである。

では、どうすれば、地域と大学（学生）が、互いの利害調整ができ、役割分担を明確にできるのであろうか？その答えの 1 つは、前述した、互いに心を通わせるコミュニケーションを実践し、人々の心の幸福度や心の満足度を高めていくための活動を実践していくことではないであろうか？

幸いなことに、本学（学生）と地域との関係性は、非常に良好であり、様々な活動を通じて交流を深めている。「地域で生まれ、地域で育ち（学び）、地域のために働く」といった循環型社会を構築し、その一翼を大学が担っていくことが、「地域へのお返し」になると考えている。

本プロジェクトの実行においては、様々な課題に直面していることも事実であるが、それらの課題を 1 つ 1 つ克服し、地域の方たちと大学（学生）が一緒に考え、行動することで「地域活性化」への種は、やがて大きく成長し、ヒマワリのような大輪の花を咲かせるよう継続していきたいと考えている。

いずれにしても、「地域活性化」は、地域でしか解決できない課題であり、また、課題解決には、大学（学生）が、果たすべき役割も非常に大きいのも事実である。そのため、1 人 1 人が当課題に

関わり、理解していくことで「より良い」解を見つけ出す以外に課題解決の近道はないと確信している。

---

## 【注】

- 1) 拙稿「地域活性化における大学の取り組みに関する研究―“加茂留学”の事例を中心として」  
日本商業教育学会『商業教育論集』第22集（平成24年3月）、42ページ。
- 2) 18歳人口および高等教育機関への入学者数・進学率等の推移  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/03101702/001/001.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/03101702/001/001.pdf)（平成24年11月4日アクセス）
- 3) 平成23年（2011）人口動態統計（確定数）結果の概況  
[http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei11/dl/02\\_kekka.pdf](http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei11/dl/02_kekka.pdf)（平成24年11月4日アクセス）
- 4) なお18歳人口については、年度換算であり、出生数については、年換算であるため正確に比較することは出来ないが、おおよそ推察されるであろう減少の値を掲載している。
- 5) 学校基本調査平成24年度（速報）調査結果の概要（高等教育機関）  
[http://www.mext.go.jp/component/b\\_menu/houdou/\\_\\_icsFiles/afiedfile/2012/08/27/1324976\\_3\\_1.pdf](http://www.mext.go.jp/component/b_menu/houdou/__icsFiles/afiedfile/2012/08/27/1324976_3_1.pdf)  
（平成24年11月4日アクセス）
- 6) 日本経済新聞 Web版「私大の45.8%が定員割れ 今春、3年ぶり4割台」平成24年8月27日、  
[http://www.nikkei.com/article/DGXNASDG2502C\\_X20C12A8000000/](http://www.nikkei.com/article/DGXNASDG2502C_X20C12A8000000/)（平成24年11月4日アクセス）
- 7) 学校基本調査、前掲資料。
- 8) 社会人基礎力（METI/経済産業省）<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/about.htm>（平成24年11月13日アクセス）
- 9) 高橋一行編『加茂ヒマワリスプロジェクト2011成果報告』（報告書）ヒマワリスプロジェクト実行委員会、1ページ。
- 10) 拙稿、前掲論文、42ページ。
- 11) 同上論文、42～43ページ。

## 【参考文献】

1. 拙稿「地域活性化における大学の取り組みに関する研究―“加茂留学”の事例を中心として」  
日本商業教育学会『商業教育論集』第22集（平成24年3月）、41～46ページ。
2. 高橋一行編『加茂ヒマワリスプロジェクト2011成果報告』（報告書）ヒマワリスプロジェクト実行委員会、1～8ページ。
3. 学校基本調査平成24年度（速報）調査結果の概要（高等教育機関）  
[http://www.mext.go.jp/component/b\\_menu/houdou/\\_\\_icsFiles/afiedfile/2012/08/27/1324976\\_3\\_1.pdf](http://www.mext.go.jp/component/b_menu/houdou/__icsFiles/afiedfile/2012/08/27/1324976_3_1.pdf)  
（平成24年11月4日アクセス）
4. 社会人基礎力（METI/経済産業省）<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/about.htm>（平成24年11月13日アクセス）
5. 社会人基礎力とは [http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/kisoryoku\\_image.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/kisoryoku_image.pdf)（2012年11月13日アクセス）
6. 18歳人口および高等教育機関への入学者数・進学率等の推移  
[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/03101702/001/001.pdf](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/gijiroku/03101702/001/001.pdf)（平成24年11月4日アクセス）
7. 日本経済新聞 Web版「私大の45.8%が定員割れ 今春、3年ぶり4割台」平成24年8月27日、  
[http://www.nikkei.com/article/DGXNASDG2502C\\_X20C12A8000000/](http://www.nikkei.com/article/DGXNASDG2502C_X20C12A8000000/)（平成24年11月4日アクセス）
8. 平成23年（2011）人口動態統計（確定数）結果の概況  
[http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei11/dl/02\\_kekka.pdf](http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/kakutei11/dl/02_kekka.pdf)（平成24年11月4日アクセス）